

Si analitzem el contingut de les informacions sobre cinema que diàriament es publiquen a la premsa catalana, veurem com les pel·lícules ja no es reivindiquen en funció de la seva qualitat, sinó segons la seva hipotètica rendibilitat comercial. Les recaptacions de les taquilles barcelonines són un tema de primer ordre i en molts diaris el *ranking* de diners –com el *ranking* de l'audiència televisiva– ocupa un lloc fix en la informació setmanal. La comercialitat és aval que permet al diari parlar de coses que teòricament interessin l'àmplia majoria de lectors, i no una minoria específica. La comercialitat, però, no és mai qüestionada i les empreses periodístiques no es plantegen de quina manera amb la seva política fan de potenciadors d'èxits ja previsibles i frenen el coneixement de pel·lícules de qualitat superior a la d'aquelles que generalment es publiciten. La informació cinematogràfica és un element més de la campanya de difusió que les multinacionals americanes realitzen dels seus productes. Un film és objecte d'un tema d'obertura quan es preveu que serà un èxit comercial, i aquesta previsió d'èxit es fa en funció de la publicitat que la multinacional ha invertit en la seva difusió o del ressò que uns mesos abans ha tingut la seva estrena als Estats Units. Gairebé mai no hi ha sorpreses, ni riscos.

La funció del periodista-informador “especialitzat” en cinema no és altra que la de convertir-se en corretja de transmissió dels interessos de les distribuïdores multinacionals. El periodista rep el *press book* i les fotografies de difusió publicitària de les pel·lícules que ha de promoure. Els *press book* solen estar plens de dades espectaculars sobre les incidències del rodatge, o els dòlars gastats en un determinat efecte especial, i molt poques vegades introdueixen entrevistes serioses amb el director o els intèrprets que puguin servir per extreure dades informatives que vagin més enllà de la simple promoció. El periodista es limita a resumir les dades i a buscar una forma atractiva de vendre el producte al lector. La seva tasca no és altra que la d'un publicista, i per tant difícilment pot influir en el text que elabora amb opinions personals, ni li és permès apostar per pel·lícules que s'apartin de la norma establerta. Els autèntics *hits* són només les pel·lícules americanes, mentre que el cinema europeu és oblidat i el cinema autòcton interessa només quan pot ser objecte d'informacions sobre política cultural o com a eina d'atac a les institucions. Un exemple és el cas del director Antoni Ribas, més conegut per la tenda de

La meva experiència com a crític de cinema

— Jorge de Cominges —

Se m'ha preguntat sobre les meves experiències com a crític de cinema en els anys 70 i 80 (ara m'hi dedico només esporàdicament). Caldria distingir entre les relacions mantingudes amb les empreses, les distribuïdores, els directors, els lectors i els mitjans en si mateixos.

La meva relació amb les empreses (tant de diaris com de revistes setmanals) va ser bona. Jo m'atenia a la (quasi sempre escarransida) extensió que se'm concedia per a la crítica i elles, tret de raríssimes excepcions, respectaven íntegrament els meus textos.

La relació que vaig mantenir amb les distribuïdores, estatals o multinacionals, va ser, en canvi, dolentíssima. La majoria dels seus directius i empleats es van atipar de demanar el meu cap, van amenaçar de retirar la publicitat i em van sotmetre a tota mena de pressions (en certa ocasió van arribar quasi a l'agressió física) per intentar pal·liar la suposada acidesa dels meus comentaris. Per fortuna, les meves empreses periodístiques sempre em van permetre criticar amb tota llibertat les pel·lícules, i en el cas d'un conflicte concret em va oferir el seu suport.

He de confessar que els directors de cinema espanyols tenen una educació exquisida. Si alguna vegada els va molestar alguna de les meves crítiques no ho van pas demostrar, i malgrat que mai em vaig estar d'expressar lliurement el meu parer sobre les pel·lícules de les quals eren autors, no recordo que cap d'ells em negués la salutació.

La relació amb els lectors va resultar convencional: protestes dels carques de sempre per algun comentari que consideraven escabros, puntualitzacions en el cas d'haver

caigut en algun error i alguna o altra carta de felicitació o consulta.

Em queda per comentar la meva relació amb els mitjans en si mateixos. He practicat dos tipus de crítica de cinema: la que es publicava en un diari, que era escrita (a més córrer) immediatament o quasi immediatament després de veure la pel·lícula, i la destinada a publicacions setmanals o mensuals, que permetia reflexionar més per analitzar el film i estendre's més en l'escrit.

La pràctica de la crítica en un diari és divertida, quasi sempre aclaparadora (per la falta de temps i l'acumulació d'estrenes) i, sens dubte, un excel·lent exercici periodístic i d'estil. La crítica setmanal resulta, per descomptat, molt més gratificant, pel distanciament i l'elaboració que impliquen. Serveix per a alguna cosa la crítica? Tenen els crítics alguna influència sobre l'eventual espectador? No ho crec. L'experiència ensenya que pel·lícules unànimement alabades pels crítics no van tenir gens d'èxit, i que films execrats de manera absoluta pels professionals de la crítica van obtenir taquilla milionaris.

És possible que, entre un grup molt estricte d'aficionats, una bona crítica d'un director desconegut pugui descobrir aquesta petita joia de culte que tot cinèfil es veu en el deure de cultivar.

Per a què serveixen, doncs, les crítiques de cinema? La majoria de les vegades perquè els crítics de províncies les copiïn de manera (més o menys) lineal, perquè els publicistes les reproduïxin (més o menys fidelment) en opuscles o *pressbooks* i perquè els cronistes de les seves projeccions televisives puguin carregar-se-les d'un cop de ploma amb un comentari sarcàstic sense necessitat ni tan sols d'haver-les vist. ●